

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era bisnis saat ini, persaingan bertambah ketat. Hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Selain itu pelaku bisnis juga harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Amstrong, 2001). Dimana untuk menciptakan kepuasan konsumen tersebut tidak lepas dari usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncanakan sebaik mungkin. Menyadari hal itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan.

Ada banyak faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha, salah satu faktor tersebut adalah ketepatan pemilihan lokasi. Pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh pengusaha sebelum membuka usahanya. Faktor lokasi dinilai sangat penting karena berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Sebelum konsumen memutuskan untuk makan atau minum di sebuah kedai, konsumen juga mempertimbangkan lokasi kedai tersebut. Lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan keramaian, merupakan lokasi yang banyak diminati

konsumen. Perusahaan yang tidak berhasil atau tidak mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya akan tersingkir dari kancah persaingan bisnis oleh pengusaha lain yang lebih lincah dalam menyesuaikan dirinya dengan lingkungannya (Gitosudarmo, 1994).

Ada banyak cara yang dilakukan pelaku bisnis untuk meningkatkan kepuasan konsumen, salah satunya dengan memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berperan penting dalam menarik minat konsumen. Pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan berpengaruh kepada perilaku konsumen berikutnya. Menurut Tjiptono (2005) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Selain itu, pengusaha perlu memikirkan tentang penetapan harga jual produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli barang tersebut (Gitosudarmo, 1994). Penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin. Menurut Shiffman dan Kanuk (2000) dalam Wahyudi (2005) menyatakan bahwa konsumen mempersepsikan harga, baik itu tinggi atau rendah, akan memiliki pengaruh yang kuat terhadap intensitas pembelian dan kepuasan konsumen.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; unsur lainnya menimbulkan biaya. Perusahaan melakukan penetapan harga dengan berbagai cara. Pada perusahaan kecil, harga biasanya ditetapkan oleh manajemen puncak. Pada perusahaan besar, penetapan harga ditangani oleh manajer divisi dan lini produk.

Kepuasan konsumen menjadi perhatian utama bagi banyak pelaku bisnis. Perasaan puas bahkan sangat puas dari konsumen akan menimbulkan pembelian ulang dan membicarakannya dengan orang lain. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. (Schanaar, 1991)

Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Hal ini berdampak negatif bagi pelaku bisnis, yaitu menurunkan jumlah pelanggan sehingga akan menurunkan laba usaha. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. (Engel, 1990)

Konsumen sekarang pandai memilih dan menentukan di mana mereka menginginkan kepuasan dalam produk minuman dan makanan, kondisi yang bersih dan nyaman, serta pelayanan yang berkualitas dan harga yang terjangkau. Seperti pada sebuah kedai Mom Milk yang setiap harinya ramai dikunjungi Anak-anak muda yang menikmati suasana sekitar dengan berbagai macam minuman dan makanan yang dipesan. Persaingan yang semakin ketat

ditandai dengan banyaknya usaha bermunculan di daerah pabelan. Pelayanan dan harga yang ditawarkanpun beraneka macam, dengan begitu menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap usaha. Hal tersebut menuntut pengelola kedai untuk melakukan strategi sebaik mungkin agar mampu bersaing dan unggul dibanding kedai kompetitornya. Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka peneliti mengajukan sebuah penelitian dengan judul **"ANALISIS PENGARUH LOKASI, PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MOM MILK PABELAN"**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mom Milk di Pabelan?
2. Apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mom Milk di Pabelan?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mom Milk di Pabelan?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Mom Milk di Pabelan?
2. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mom Milk di Pabelan?
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Mom Milk di Pabelan?

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai masukan bagi pemilik Mom Milk, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi untuk menghadapi persaingan.
2. Sebagai masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang memenuhi kepuasan pelanggan.
3. Sebagai bahan referensi bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum.

#### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Skripsi ini akan disajikan lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tinjauan teori, penelitian terdahulu dan hipotesis.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi kerangka pemikiran, jenis penelitian, populasi dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional variabel penelitian, metode analisis data.

**BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai deskripsi obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.